

Commento su Intravino.com in una discussione sulle guide online

maurizio gily commenta:

[10 luglio 2009 alle 10:33 \(link\)](#)

Carlo Macchi arriva a fagiolo. Pochi mesi fa ho espresso il mio pensiero in merito parlando con un amico di Solw Food da poco separatosi dal Gambero, e come noto in fase di ripensamento del prodotto: per me le guide cartacee sono superate. Non forse per gli editori, che le ritengono (alcune) ancora un prodotto vendibile, ma per gli utilizzatori. I motivi principali sono due: la folle corsa ad assaggiare “in tempo utile”, cioè entro l’estate per i vini che andranno in guida a Natale, un’enorme quantità di vini, quando molti non sono pronti, campioni da vasca etc. ; la difficoltà di dare spazio a nuove aziende, perché il numero di pagine non può crescere illimitatamente, oltre che per la ragione già esposta. Senza contare poi che navigando su un cellulare, cosa che si farà sempre più in futuro, chiunque farà a meno di portarsi dietro il libro. Come pagarsi i costi? A mio avviso, a parte la vendita dei banner (che preferibilmente non dovrebbe riguardare produttori ma solo istituzioni, consorzi, banche, produttori di altri beni etc.), la soluzione è che le aziende paghino un piccolo contributo, non per la pubblicazione, ma per la degustazione, e indipendentemente dai risultati (ordine di grandezza 20-40 euro per vino: gestire una degustazione professionale costa). Così funziona da anni, ad esempio, [wein-plus.de](#) in Germania che è seguitissima. Alla fin fine è il metodo meno sospetto. Capisco che ai produttori possa non piacere, ma in realtà se la recensione è buona il rapporto costo-beneficio è molto favorevole, e se è negativa e non genera pubblicazione... uno si arrabbia ma poi ci pensa su e magari fa il vino più buono... insomma ha pagato per un corso di formazione... chiaro che chi si propone come recensore deve essere autorevole e non noto marchettaro.